

*Efficace strumento di marketing territoriale*

# LE DENOMINAZIONI COMUNALI DI ORIGINE

---

Roberto De Donno \*

---



Negli ultimi anni l'Ente Locale ha assunto un ruolo primario nello sviluppo del territorio, poiché rispetto al passato non è solo un fornitore di servizi ai propri cittadini, ma è divenuto un protagonista nella pianificazione complessiva della crescita territoriale.

Lo sviluppo di un'area passa soprattutto attraverso la volontà degli amministratori locali di investire nella valorizzazione del territorio, in particolare nella "sfera" delle tradizioni locali legate alla produzione agroalimentare e artigianale, poiché ne rappresentano il "segno" distintivo di un posto: la storia, le abitudini ed il costume.

In questa logica si inserisce la cer-

tificazione delle Denominazioni Comunali di Origine (De.Co.), che costituisce sia uno strumento di salvaguardia delle produzioni locali, in quanto ne conserva le pratiche e l'identità storiche, ma anche uno mezzo efficace di promozione del territorio a livello nazionale ed internazionale, divenendo al contempo un efficace strumento di marketing territoriale.

Il prodotto certificato come De.Co. si differenzia rispetto ad altri manufatti che potremmo definire "tipici", poiché ha determinati caratteri che lo circoscrivono in una determinata area comunale di origine la quale rappresenta la discriminante di base affinché esso possa essere riconosciuto co-

me Denominazione Comunale. In più, tale ambito geografico specifico gli concede un'unicità assoluta in cui tradizione e storia legittimano l'intera filiera produttiva.

Quindi, il prodotto De.Co. diventa la sintesi delle attitudini di una comunità locale, ma allo stesso tempo diviene l'elemento di attrazione dell'intera area geografica di appartenenza verso l'esterno, ovvero assume il ruolo di media comunicando fuori dai propri confini territoriali il patrimonio culturale e ambientale presente sul territorio. Un vero e proprio strumento di marketing territoriale che promuove e comunica l'esistenza di un "luogo", concedendo anche al piccolo comune una visibilità finora sconosciuta.

Infatti, è interessante osservare quello che è accaduto negli ultimi tempi in moltissime realtà locali italiane dove città medio-grandi, comuni di provincia o addirittura piccolissimi paesi di poche anime hanno intrapreso il progetto De.Co.. Quello che viene fuori è la presenza di microcosmi rimasti ancora incontaminati, con una preziosa varietà di produzioni territoriali o, come amava definirli Veronelli, veri "giacimenti gastronomici", che mettono in luce antichi borghi spesso sconosciuti, ma che grazie alla De.Co. iniziano ad avere una concreta visibilità.

Dalle ultime ricerche è emerso un dato importante, che prova la fun-

zione vitale della De.Co., ossia più del 50% dei comuni italiani che hanno applicato la Denominazione Comunale sono sotto i 5000 abitanti. Piccoli comuni come Magasa (Bs) di soli 187 abitanti, che porta alla ribalta il suo formaggio "tombea" o la nostra piccola Zollino (Le) di appena 2000 abitanti nel cuore della Grecia Salentina, che tuttora conserva e promuove la sua "scèblasti", meritandosi in poco tempo l'interesse di riviste specializzate a livello nazionale. Così come Specchia (Le) che cer-

tificando il suo olio di oliva e le sue piante officinali ha portato alla ribalta degli aspetti del tutto innovativi nel panorama italiano: la segmentazione delle Denominazioni Comunali, in base alla quale determinati requisiti conferiscono al prodotto la propria definizione: De.Co., De.Co.bio o De.Co.più. Una segmentazione dettata dall'area specchiese di produzione, dove alcuni prodotti provenienti dalla zona delle Serre di Specchia sono catalogabili come prodotti De.Co.bio, mentre altri che realiz-

zati in altre zone più pianeggianti articolano il prodotto diversamente.

Pertanto, partendo dalle Denominazioni Comunali un comune avvia un nuovo indirizzo di sviluppo, in cui la vera "leva" su cui far ruotare l'intera strategia di crescita va ricercata e trovata nel proprio patrimonio storico e sociale, dando vita ad un'idea di "sviluppo endogeno" del territorio.

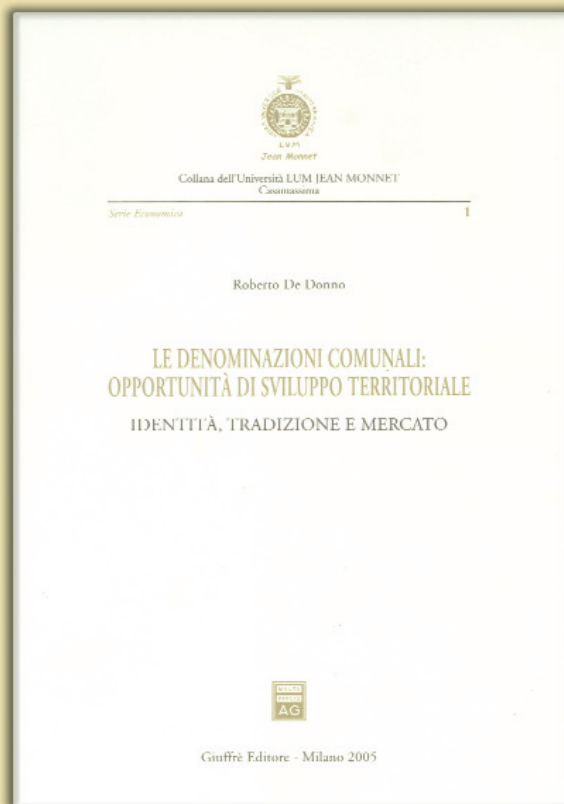
*\* Professore di Marketing territoriale  
Università LUM*

## COLLANA LUM

### Il manuale pratico sulle De.Co.



*Nel panorama editoriale italiano costituisce un inedito studio riguardo l'utilizzo e la valorizzazione delle produzioni tipiche di un "luogo" come strumento di crescita per un territorio. Partendo dall'idea di Luigi Veronelli, ossia di coniugare la "salvaguardia delle produzioni territoriali" al concetto di "autonomia comunale" attraverso la De.Co., l'autore Roberto De Donno analizza da un punto di vista sia giuridico che economico-sociale la nozione di*



*"certificazione De.Co." e le sue potenzialità di promozione e sviluppo per un'area geografica. Si tratta di*

*un'indagine accurata con spunti riflessivi di particolare interesse culturale e scientifico, che si accostano all'argomento tenendo sempre presente e rispettando il "valore" reale del prodotto tipico di una città o di un territorio come componente essenziale della storia, del costume e della vita di una comunità locale.*

*Un manuale che esamina gli aspetti procedurali e regolamentari per l'attuazione della De.Co., con un elenco degli strumenti attuativi, delle procedure e dei soggetti interessati, facendo un quadro completo dell'iter da seguire e le funzioni da attribuire in ogni fase. Divenendo così una "guida" per qualsiasi amministratore comunale che intenda adottare la Denominazione Comunale di Origine, per i propri prodotti territoriali.*